



## Posudek oponenta diplomové práce

Název práce: *Využití internetového marketingu v oblasti služeb*

Student: *Jakub Kalivoda*

Oponent práce: *Ing. Pavel Čech, Ph.D.*

### Obecná charakteristika práce

Cílem předložené práce bylo „...představit koncept internetového marketingu řízeného daty ... na příkladu dvou menších živnostníků demonstrovat základní principy výkonnostního marketingu a prokázat reálný užitek popisovaných metod“. Samotné vymezení cíle by mohlo být detailnější a chybí nastínění metodiky práce. V první části práce autor předkládá teoretická východiska. Věnuje se tak otázkám marketingu, internetového marketingu, ale i otázkám z psychologie potřeb. Teoretická část je pečlivě zpracována, ovšem je možné mít určitou připomínku k samotnému stylu zpracování. Autor vysvětluje úplné základy, což pro účely diplomové práce není nutné. Navíc se věnuje i tématům (např. Maslowova pyramida potřeb), které s problematikou souvisejí, ale nejsou v dalším textu konkrétněji uplatněny. Autor vcelku bohatě cituje literaturu, jenom v některých případech mohlo dojít ke srovnání s dalšími zdroji (např. podkapitola 5.1 vychází od jednoho autora).

Praktická část práce je opět celkem pečlivě zpracována a svědčí o autorově orientaci v dané oblasti. Na dvou vybraných případových studiích autor ilustruje principy internetového marketingu. V této části autor prokazuje znalost odpovídajících postupů i nástrojů. Praktický přínos práce je pak patrný ze zlepšení sledovaných ukazatelů. I zde je však možné mít drobné připomínky. Z práce není úplně jasné, zda autor bral v úvahu webové stránky konkurentů (např. při vytváření vizuální identity a volbě barev a dalším). Dále autor v teoretické části zmiňuje význam zpětných odkazů, ale v navrhovaných opatřeních budování zpětných odkazů příliš nerozebírá. Nevěnuje se ani otázce doménového jména apod.

Z formálního hlediska jsou v textu zbytečné překlepy a jiné drobné chyby. Obrázek 1 je poměrně nekvalitní. Na straně 20 je odkaz na údaje Českého statistického úřadu, ovšem jako zdroj je uveden jiný dokument. Uvádění tzv. cookies jako sušenek není v daném kontextu vhodné.

### Otázka k obhajobě

- 1) Byl v analýze brán zřetel na webové stránky konkurentů?
- 2) Jaký byl konverzní poměr nových stránek?

### Celkové hodnocení

Práci doporučuji k obhajobě a hodnotím stupněm **velmi dobře**.

V Hradci Králové, 13. května 2015

Ing. Pavel Čech, Ph.D.